

<<经商必须知道的社交心理学>>

图书基本信息

书名：<<经商必须知道的社交心理学>>

13位ISBN编号：9787530853726

10位ISBN编号：7530853724

出版时间：1970-1

出版时间：赵洋 天津科学技术出版社 (2010-05出版)

作者：赵洋

页数：231

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<经商必须知道的社交心理学>>

### 前言

Mankeep是现在很流行的一个词，翻译为“人脉经营”，根据发音可以读为“脉客”。

善于使用人脉、经营人脉的人就是脉客。

人脉的重要性越来越凸显出来，斯坦福研究中心曾经发表一份调查报告，结论指出：一个人赚的钱，12.5%来自知识，87.5%来自人脉；一个人事业的成功，80%归因于与别人相处，20%才是来自于自己的心灵。

作为一个商人，如果不懂得怎么和别人相处，可能单靠精明能干你暂时混得不错，但大多数事业都不由你唱独角戏。

你可能有很高深的学术知识，却仍然缺乏社会知识——耐心倾听、推己及人、批评中肯而又有接受批评的能力，别人就很难喜欢你。

一旦建立了良好的人际关系，即使你的举止偶尔同平常印象相悖，也无伤大雅。

就像一个有名的作家，有时也有不尽如人意之作，但是假如他给读者的印象很好，人们仍会买他的作品；一个受听众欢迎的歌唱家可以因故不参加某晚会演出，但他的声誉丝毫不会受到影响，因为他过去有着光荣的历史。

可见，无论是谁，打造良好的个人魅力的意义是深远的，每个人都应根据自己的特点来塑造美丽，争取给别人留下好的印象。

且不说善于经商的犹太人和最好面子的中国人，其他地方的商人也要靠人际关系来获取商业机会和财富。

沙特阿拉伯第一大计算机渠道商、BDI。

计算机公司的总裁瓦力得·沙乌说：“一个坐在阿拉伯人面前的中小企业主，往往比一个大企业的代表更能赢得阿拉伯人的重视。

”在中东地区待了七年的咨询业巨头麦肯锡迪拜分公司资深董事奇托·波尔则指出，在中东地区与阿拉伯人做生意，想要成功的关键，人际关系占了80%，其他才是剩下的20%。

也许有人会认为，为人处世是诚意对诚意的问题，和人际关系无关。

这种见解不一定对，因为即使你有诚意，怎样才能把这种诚意传达给对方呢？

这确实需要一定的人际关系了。

## <<经商必须知道的社交心理学>>

### 内容概要

《经商必须知道的社交心理学》从思辨的角度破解了建立良好人际关系的秘诀，阐释了建立良好人际关系的社交技巧，揭示了好人际的修炼途径。它将人生哲理寓于故事之中，帮助读者在轻松阅读中反思自我；它将人生经验也寓于故事与理论之中，从而抛砖引玉，帮助读者在掩卷思考中评价自我。

商场如战场，只有充分认清自我，认清对手，才有可能打赢这场仗。经商从一定程度上说就是在经营关系，良好的人际关系就是商人的有力武器。那么就与《经商必须知道的社交心理学》一起去开拓你的人际关系，成为一名驰骋商场的常胜将军。

## <<经商必须知道的社交心理学>>

### 书籍目录

第一章 人脉是生意成功的保障20岁靠体力赚钱，30岁靠脑力赚钱，40岁以后则靠交情赚钱。

在生意场上，如何交朋友是一门学问。

建立人脉远不是所谓的“拉关系”那么简单，它包含很多层面的深化，需要用心经营。

人脉就是商业资源 / 002人缘决定社会地位 / 004创造构筑人脉的机遇 / 007用诚心打造人缘 / 011人缘来自互惠与双赢 / 014有目的地编织人际网 / 017如何经营关系网 / 021笑容使交往事半功倍 / 023努力满足他人的需求 / 026营造人际圈要主动 / 028人情来往要有尺度 / 030第二章 如何把商品卖出去所谓生意就是要把商品或服务卖出去，但是请记住“推销商品之前先推销你自己”，这是推销工作的重要法则，也说明了交往与销售活动的密切关系。

首先要关心顾客 / 034让客户感觉到温暖 / 037学会劝说顾客 / 0401个顾客等于100个 / 041妥善处理客户危机 / 044帮助客户谋求发展 / 046留住最关键的客户 / 048把顾客的利益摆在前面 / 050要经常拜访客户 / 051重视售后服务 / 055第三章 怎辑成为受欢迎的人显而易见，没有人愿意和自己讨厌的人做生意。

也许你年轻貌美，也许你学识渊博，也许你谈吐文雅，可是仅仅拥有这些，你也不一定会成为受欢迎的人。

别人喜欢或者憎恶你的感情，是由你的社交水平所决定的。

注意细节才能赢得好感 / 058如何与陌生人交往 / 060满足他人的心理需求 / 064性格是赢得好感的关键 / 066个人魅力是交往的财富 / 070幽默使交往更轻松 / 072乐于倾听能让人感到愉快 / 075宽容使交际圈更广阔 / 077真诚的关心带来好人缘 / 078自我调侃拉近彼此距离 / 081好感来源于相知互补 / 083互惠定律让你左右逢源 / 085第四章 怎样与人畅快地沟通经商难，其中最难的就是怎样与顾客沟通。

虽说一人难称百人心，但如果掌握好分寸，也能变被动为主动，在顾客的挑剔中游刃有余，一点细微的付出也许能取得意想不到的回报。

要善于拐弯抹角 / 088赞赏的语言取悦人心 / 090交往中如何兜圈子 / 093出色的表现要逢迎 / 095说话要适可而止 / 097礼多人不怪 / 099与世无争游刃有余 / 101模棱两可左右逢源 / 104记住他人名字 / 107第五章 塑造出众的自我形象人的形象等于人际交往能力加自我形象营造能力，这是帮助人们建立良好人际关系、获得魅力、获得成功的重要因素。

一个成功的经营者必须展示给社会一个良好的自我形象。

如何塑造自我形象 / 112怎样给他人留下好印象 / 116风度翩翩的气质从何来 / 118微笑的神奇化形象 / 122女性如何装扮服饰 / 126男士如何着装才得体 / 129第六章 一眼把别人看透看穿你的顾客，看穿你的下属，看穿你的竞争对手。

只有学会“识人”，才能绕过人际中的险滩，躲过四处碰壁的社交危境，让自己更加从容地融入社会，游刃有余地应对各种挑战。

看相识人观礼仪 / 134看人要面面俱到 / 137不能识人必遭损伤 / 140要留心阴沉的人 / 143怎样鉴别精英 / 146怎样辨识专业人才 / 150通过眼神识人心 / 152通过用品把人看透 / 155通过习惯把人看穿 / 163第七章 怎样管理大生意小企业成功靠“关系”，大企业成功靠管理。

然而管理的核心还是处理各种人际关系。

只有懂得管理社交技巧，才能协调下属人员的行为，让别人同自己一道去完成组织目标的活动。

人事管理中的交往心理 / 170凝聚团队的力量 / 172如何提高团队凝聚力 / 175化解团队内的冲突 / 177鼓舞团队士气 / 180团队里的竞争与合作 / 182不可忽视的小团体 / 185建设高效的管理团队 / 188对待员工要宽厚 / 190.....第八章 躲开交往的陷阱误区

## <<经商必须知道的社交心理学>>

### 章节摘录

哈曼·托勒确实有着长远的目光，他懂得慧眼识英雄，懂得有目标地进行感情投资。一次性的感情投资是远远不够的，好关系的建立不是一朝一夕就能做到，必须依靠平日的积累，从一点一滴人手。

用心理学来说，人们在接受他人恩惠的情况下，往往会产生感恩的心理。

这种心理促使人们感恩图报，去帮助有恩于自己的人。

古人说：“积土成山，风雨兴焉，积水成渊，蛟龙生焉。

”所以，只有通过不断地构建和巩固，人缘才能广阔，人际关系才能牢固。

有了这样“铁”的关系垫底，求人又何愁无门？

有一位任职于某外资企业的李先生，总是把他的客户细心分类编排，按时间、地点与生意上的往来，随时邮寄明信片，表达各种不同的信息，让客户注意到他的存在与关心。

他知道文字迥异于声音，它不会瞬间即逝，比电话、当面晤谈等都从容得多，让人有更宽阔的空间来施展。

他就是用这种方式来结交人缘。

在法国有一本《小政治家必读》的书，书中教导那些有心在仕途上有所作为的人，必须起码搜集20个将来最可能要做总理的人的资料，并把它背得烂熟，然后有规律地、按时去拜访这些人，和他们保持较好的关系。

这样，当这些人中的任何一个当起总理来，自然就容易记起他，自然会对他的人生有莫大的帮助。

这种手法看起来不大高明，但是非常合乎现实。

一本政治家的回忆录中提到：一位被委任组阁的人受命伊始，心情是很焦虑的。

因为一个政府的内阁起码得有七八位甚至更多的部长级人物，如何去物色这么多的人，这的确是一件难事，因为被选的人除了有适当的才能、经验之外，最要紧的一点，就是“和自己有些交情”。

从这点，亦可以看出人缘的重要性。

## <<经商必须知道的社交心理学>>

### 编辑推荐

《经商必须知道的社交心理学》：驰骋商场的成功秘诀纵横社会的取胜之道，成功的商人必定是心理学高手，商人靠智慧打天下，聪明的头脑是取胜的关键。

如若能将心理学灵活运用于商业活动中，定会取得令人瞩目的成就。

社会心理学研究表明，人们都乐于同与自己有相近之处的人交往：因为有相似点，既能有效地减少双方的恐惧和不安，解除戒备，又能接受相同的信息，能有相同、相似的理解，产生相同、相近的体验，进而在感情上产生共鸣。

在交往中，如果能在心理上取得他人的好感，就会得到他人的认可，加深交往程度。

但这种好感不是平白无故就得来的，首先在交往时，要发现对方所渴望的某种心理，尽量满足他的这种心理需求。

19世纪经济学家帕累托提出：生活中80%的结果几乎源于20%的活动。

比如，总是那些20%的客户给你带来80%的业绩。

它们之间存在着一种固有的不平衡关系，这就是帕累托法则。

当把这个法则运用到市场营销中时，我们就可以以此来确立一些更为有效的营销策略。

当我们走进陌生人的住所时，可凭借自己的观察力，看看墙上挂的是什么，国画、摄影作品、乐器...可以以此推断出主人的兴趣，甚至室内某些物品会引出一段故事。

如果我们能把它当作一个线索，不就可以由浅入深地了解主人心灵的某种嗜好了吗？

当我们找到一些线索后，就不难开启交往的话题。

<<经商必须知道的社交心理学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>